



EFSA recomienda ser precavidos ante la IA

La Autoridad Europea para la Seguridad Alimentaria (EFSA) ha instado a los Estados miembros de la UE a que intensifiquen las medidas de vigilancia y bioseguridad para protegerse contra posibles nuevos brotes de influenza aviar este año. La advertencia sigue a los brotes de influenza aviar altamente patógena (IAAP) entre aves silvestres y domésticas en el oeste de Rusia y Kazajstán durante los últimos meses. Esta región es una conocida ruta de migración otoñal para las aves acuáticas silvestres que se dirigen a Europa.

Es probable que el norte y el este de Europa sean los más vulnerables a nuevos brotes, dada la experiencia pasada.

PROPOLLO firma un convenio con ICEX

Propollo ha logrado firmar un convenio con ICEX España Exportación e Inversiones **para poner en marcha un plan con el que divulgar la calidad de la carne de aves producida en España fuera de nuestras fronteras.** El plan, que tendrá una duración de dos años, arrancará con un estudio de las necesidades y la conformación de un plan de trabajo. Posteriormente se llevarán a cabo talleres, seminarios y foros de debate sobre la internacionalización del sector avícola junto a actividades de promoción internacional a través de jornadas técnicas, seminarios de oportunidades en mercados estratégicos o misiones inversas de compradores o prescriptores de opinión.

Cuando se detectó influenza aviar altamente patógena (IAAP) en la misma zona de Rusia en los veranos de 2005 y 2016, siguieron epidemias en el norte y este de Europa. Si el patrón se repite este año, se espera que la IAAP llegue a las mismas áreas de Europa en otoño o invierno. También es posible una propagación posterior a países del sur y oeste de Europa.

El informe realizado por la EFSA, el Centro Europeo para la Prevención y Control de Enfermedades (ECDC) y el laboratorio de referencia de la Unión Europea para la Influenza Aviar, recomienda:

- Tomar medidas para detectar casos sospechosos de IAAP con prontitud y **augmentar las medidas de bioseguridad en las granjas avícolas.**

- Advertir a las autoridades veterinarias y de salud de la vida silvestre sobre el riesgo probable de introducción de la influenza aviar altamente patógena e inste a que realicen observaciones y pruebas rápidas de aves silvestres muertas o enfermas. Es probable que la propagación del virus sea provocada por una caída repentina y

El objetivo es incrementar las ventas del sector avícola que en la actualidad factura unos 2.300 millones de euros anuales sobre todo a través de las exportaciones.

Para Jordi Monfort, secretario general de Propollo, “este acuerdo supondrá un importante apoyo para toda la industria avícola, ya suficientemente madura desde un punto de vista empresarial para abordar una expansión internacional con garantías, en mercados tan atractivos como Europa, Emiratos Árabes Unidos, Qatar, China, Filipinas o Japón”.

Por su parte, María Peña, consejera delegada de ICEX subraya que “la internacionalización es el gran reto de este sector, por lo que a través de acciones de promoción o de instrumentos como los estudios de mercado personalizados se facilitará este camino, identificando socios comerciales para la exportación e inversión de su industria”.

Las acciones de marketing y de relaciones públicas serán esenciales para el asentamiento de los productos avícolas en los mercados

persistente de las temperaturas en el centro de Rusia y Kazajstán. Varios estudios demuestran que las condiciones climáticas frías llevaron a la rápida expansión hacia el oeste del virus de la influenza aviar altamente patógena por las aves migratorias infectadas durante las oleadas de 2005-2006 y 2016-2017.

<https://eurocarne.com/noticias/>; 02/10/2020

internacionales, en las que se contempla una actividad digital cada vez más especializada y que busca el posicionamiento entre el público profesional. Para ello, contarán con el respaldo de la marca Foods & Wines From Spain y del uso del sello de calidad Poultry From Spain.

<https://eurocarne.com/noticias/>; 05/10/2020

Entrevista al Director de INPROVO, Enrique Diaz, sobre la extensión de norma

Una vez aprobada la extensión de norma, ¿Qué puede representar, para un productor de huevos, mediano o pequeño, en cuanto a lo que tendrá que pagar en su contribución a ello?

La extensión de norma recién aprobada contempla una **contribución de 20 euros por cada 1.000 gallinas**. Para saber que puede representar este importe para un operador, podemos estimar que será **menos del 1 por mil de su facturación**.

Sin embargo, gracias a esta aportación, **el sector se dotará de herramientas para poder transmitir a los consumidores las excelencias de nuestro producto**, la realidad de un sector a la cabeza mundial y **que aplica en su día a día los más altos estándares para poner a disposición de consumidores españoles un alimento de altísima calidad y fuente de nutrientes de alto valor biológico, un alimento de cercanía, un alimento con**

bajo impacto medioambiental, un alimento muy económico y lo más importante, un alimento que forma parte esencial en nuestra dieta.

¿El pago será obligatorio para todos los productores de huevos, a partir de que capacidad de la explotación?

Estarán obligados al pago, todos aquellos titulares de granjas de producción de huevos destinados a consumo humano, con una capacidad mayor de 1.000 gallinas y registrados en el Registro General de Explotaciones Ganaderas -REGA – del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Solo quedan exentos de la obligación del pago de la aportación económica los titulares de:

- 1.** Granjas con una capacidad **inferior a 1.000 gallinas** para la producción de huevos destinados al consumo humano.
- 2.** Las que alojan **gallinas para producir carne** u otros **productos comerciales** o para **avicultura recreativa, exposiciones y competición.**
- 3.** Las que sean **propiedad de centros docentes** o de **investigación** y estén destinadas a fines educativos o científicos.
- 4.** Las de **núcleos zoológicos.**

¿Cuándo comenzará a ponerse en marcha la contribución económica?

La orden ministerial APA/793/2020, entró en vigor al día siguiente a su publicación en el BOE, el pasado **14 de agosto**. A partir de ese momento, todos los operadores obligados, disponen de **dos meses naturales, a contar desde el día siguiente al de publicación, para comunicar a INPROVO los datos mínimos imprescindibles para la identificación y localización de cada productor** y el dato de capacidad máxima declarada de la granja que figure en el REGA, en el año anterior.

Para facilitar la Declaración se ha preparado un **formulario web para la presentación telemática de la declaración censal de aves ponedoras**, que se encontrará alojado en el servidor de **inprovo.com**, dentro de un área específico de “Extensión de Normas” y separada del sistema de administración de contenido.

Una vez finalizado el periodo de declaración obligatoria se emitirá la factura correspondiente. Una vez recibida la factura, se efectuará el ingreso en el plazo de 30 días naturales, mediante transferencia bancaria a la cuenta habilitada para tal fin.

¿Quién se encargará de la recaudación?

INPROVO se encargará de la recaudación de las aportaciones económicas establecidas. Para ayudarnos a que todo funcione correctamente, contaremos con la ayuda y soporte de un gestor de la recaudación, con la función de coordinar, integrar y gestionar la facturación y recaudación.

¿Cómo se controlará a aquellos que escurran el bulto para no pagar?

Como hemos dicho al inicio de la entrevista, **la participación es absolutamente obligatoria y si algún operador obligado no quisiera participar, existen mecanismos administrativos e inclusive judiciales para instarle a cumplir con su obligación con el sector.**

Al igual que contamos con la ayuda de un gestor administrativo, también contamos con el asesoramiento jurídico de una firma de abogados independiente, con una amplia experiencia en el sector agroganadero.

¿Será obligatorio también para aquellos que, por cualquier razón, tengan la granja vacía durante varios meses?

La aportación se hará en base a la situación real de la granja partiendo de la capacidad máxima autorizada en el REGA al final del año previo. Sobre esa base se emitirán anualmente tres primeras facturas iguales y la cuarta y última cuota servirá para regularizar el pago anual en función del año en que se ha generado la obligación de pago. En caso de nuevas instalaciones, ampliaciones o ceses en la actividad, la obligación de pago se ceñirá al periodo de funcionamiento efectivo de cada granja, previa justificación documentada de dicha situación.

En los casos de suspensión temporal de la actividad de la granja debido a un vacío sanitario obligatorio, se aplicará la reducción correspondiente en función del periodo efectivo de funcionamiento. Se entenderá como vacío sanitario obligatorio, a los efectos de la presente extensión de normas, el proceso de sacrificio de animales por motivos de salud pública, salud animal, bienestar animal o medio ambiente ordenada y realizada bajo la supervisión de la autoridad competente.



Jordi Montfort (Propollo): “Las pérdidas previstas de 600 M€ para el sector avícola siguen siendo un escenario plausible”

Alimarket: ¿Cómo definiría la evolución que estaba siguiendo el mercado justo antes de la declaración del estado de alarma y la extensión del Covid-19 en España?

Jordi Montfort: El sector avícola, y en concreto el de producción de carne de pollo, pavo y otras especies, vivía antes de la pandemia una situación relativamente estable tras varios años convulsos, marcados por una bajada brutal de precios y una imagen aún por consolidar. Las empresas habían hecho una parte importante de los deberes para afrontar dos grandes retos: por un lado, el diseño de una estrategia proactiva para la recuperación de los niveles de consumo de años anteriores; y por otro, la modernización de sus procesos de producción para responder a las exigencias de los clientes directos (gran distribución y mayoristas) así como clientes finales, los consumidores. Siendo un sector que representa el 23% del consumo de carne de nuestro país, con más de 2.300 M€ de facturación al año, y más de 40.000 empleos directos, el gran reto era el reconocimiento de nuestro sector como parte de nuestra riqueza gastronómica, tanto

nacional como internacional, así como su posición como actividad esencial de nuestro tejido económico.

A.: ¿Cómo se han visto afectadas estas tendencias desde entonces?

J.M.: Esta pandemia ha puesto en evidencia algunas de las discriminaciones que veníamos denunciando hace tiempo, y si bien el sector avícola ha respondido con compromiso, responsabilidad y sin bajar en ningún momento los brazos, hemos vuelto a ser excluidos de la consideración de sector esencial, obviando nuestro papel como generador de empleo local, especialmente en zonas de la España vaciada, y por lo tanto, privándonos de parte de las ayudas para garantizar nuestra operatividad a corto y medio plazo, y que puede tener graves implicaciones a largo plazo. Sin embargo, lejos de caer en el victimismo, nuestro sector, representado al 95% en Propollo, ha visto que es más necesario que nunca seguir con nuestra hoja de ruta. Seguimos manteniendo nuestras acciones de promoción de consumo de carne avícola, conscientes además de la importancia que tiene en la cesta de la compra de los ciudadanos. Y porque además es un compromiso asumido con toda la cadena de valor, incluidos la distribución y los establecimientos del canal Horeca. Las acciones con motivo del Día Mundial del Pollo Frito o para el incentivo del pollo asador son algunas de ellas.

Por otro lado, se mantienen las inversiones en tecnología y bioseguridad de nuestros centros. La innovación es un poderoso aliado de nuestras compañías; nos ayuda a ser más productivos, y también más sostenibles, más responsables con el medioambiente, y más cercanos a lo que los consumidores esperan de nosotros.

A.: ¿Cómo han evolucionado las ventas y la demanda en los primeros días de confinamiento y luego posteriormente una vez superados los primeros días de mayor acopio y ya con el arranque de la desescalada?

J.M.: Hay una cifra que resume la situación. En abril anunciamos unas pérdidas potenciales de más de 600 M€ del sector avícola para 2020 si no se respondía con rapidez por parte de las administraciones públicas. Y es que, como todos los sectores, hemos visto cómo de la noche a la mañana una parte de nuestras ventas desaparecían por completo, con el cierre del canal Horeca. Si bien durante las dos primeras semanas de confinamientos los consumidores acudieron a sus establecimientos de distribución para contar con carne avícola en sus cocinas, haciendo que durante esos días igualara la pérdida de demanda de restaurantes, hostelería o colectividades, inmediatamente después se estabilizó y la realidad muestra un descenso al menos del 25% en nuestras ventas. Algo en lo que incide también la ausencia de turismo, un público habitualmente

consumidor de pollo en la zona de la costa. Pero esta pandemia es global, y lo que sucedía en España venía ya afectando a otros mercados. Y ahí viene una “tormenta perfecta”, pues el mercado español se ha visto inundado de oferta de excedentes de carne avícola a precios de derribo procedente de países como Italia, Polonia o Brasil. Situación que provocó nuevos excedentes de la oferta nacional.

Hemos visto que una parte de nuestros canales de venta se han mostrado responsables con la calidad habitual de nuestras empresas y ha preferido optar por productos de origen español, pero no ha sido generalizado, y de nuevo hemos experimentado más pérdidas. Unido a que las administraciones tanto españolas como europeas no han incluido en sus ayudas para el almacenamiento en frío (que sí han recibido otros sectores), ha provocado una caída injustificada de los precios.

A.: ¿Cómo han reaccionado las empresas cárnicas a esta situación? ¿Qué medidas han tomado para mantener la actividad?

J.M.: El sentimiento generalizado de los profesionales del sector agroalimentario ha sido de responsabilidad y compromiso para responder más que nunca a nuestros consumidores. Asumiendo todas las medidas de seguridad para proteger a nuestros profesionales, facilitando su actividad diaria, incluido el desplazamiento a sus centros de producción, y adoptando las inversiones necesarias para que nuestra cadena logística llegara a tiempo a todos los puntos de España con el producto que reclamaban los consumidores. Somos uno de los sectores con más controles de bioseguridad per sé, y nuestros centros son pioneros en materia de protección de ambientes, equipos de protección para nuestros empleados, o seguimiento de la calidad de nuestros pollitos. Hemos desarrollado una intensa labor de coordinación entre todas las empresas asociadas (más de 65 compañías, 5.000 granjas y 280 centros de despiece) y las administraciones locales, así como las fuerzas de seguridad del Estado, etc. Nuestro objetivo ha sido detectar todas las necesidades, responder con rapidez a cualquier incidencia y mantener la operativa de una industria esencial para la alimentación de millones de personas.

A.: ¿Cuáles han sido las principales dificultades a las que se han tenido que enfrentar?

J.M.: Hemos tenido por un lado dificultades operativas, propias de una situación desconocida para todos y que nos ha obligado más que nunca a ser resilientes, y también dificultades estructurales. En el primer caso lo mencionábamos con anterioridad. Miles

de profesionales en nuestros centros de actividad, a los que se unían los veterinarios, empresas de servicio y suministradores, proveedores de productos de alimentación o de salud, etc.

Como todos los sectores, hemos tratado de mantener la calma y ofrecer respuestas a nuestros asociados para asegurar su negocio. En cuanto a las dificultades estructurales, hablamos del apoyo de las administraciones públicas. Tanto en España, a través del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, como con la Comisión Europea, a través de nuestra participación en la organización AVEC, hemos reclamado medidas de apoyo a nuestro sector. Además del almacenamiento en frío, reclamamos compensaciones a los granjeros por pérdidas de su productividad y que nuestro sector fuera incluido en los planes sectoriales del ICEX para la promoción de la carne avícola en el extranjero, algo que no sucedía aún contra toda lógica. En este último punto hemos tenido respuesta y ya estamos trabajando con el ICEX para incentivar nuestras ventas en el exterior, pero es una medida a medio-largo plazo. A corto, la ausencia de ayudas para el congelado de aves ha supuesto que miles de aves no pudieran salir de las granjas, pues el precio de venta era incluso inferior al de procesado necesario para ello.

A.: ¿Qué cambios considera que se van a producir a futuro en el sector cárnico a raíz de la crisis actual? ¿Hacia dónde se puede dirigir? ¿Qué oportunidades detecta?

J.M.: Esta pandemia ha hecho que muchas empresas tengan que reinventarse, pero una industria como la agroalimentaria no puede cambiar sus cimientos de la noche a la mañana. Estamos preparados para ser innovadores, para reinventar nuevas propuestas de servicio, para luchar en el mercado internacional como un referente de la gastronomía y calidad de productos españoles, pero esto no va a responder a las necesidades a corto, y más si el turismo no se reactiva o volvemos a nuevos brotes y confinamientos de la población, y por lo tanto cierre del canal HORECA. Como Propollo, mantenemos nuestra posición proactiva para mostrar a los consumidores los beneficios del consumo de pollo, pavo y otras aves en sus hogares. Y si es posible, volviendo a un consumo de la materia prima cocinada en el hogar, de recuperar los orígenes de nuestra dieta mediterránea, del consumo de productos naturales. Esto dependerá de los cambios de hábitos de los consumidores, y también de la adaptación de toda la cadena de valor. Hoy más que nunca las personas pueden acceder al pollo como un alimento asequible, de calidad y con importantes beneficios para su salud.

A.: ¿Cómo está afectando la situación al canal de exportación y como prevén que evolucione en los próximos meses?

J.M.: Enganchando con la pregunta anterior de oportunidades, la exportación es una de ellas. El 95% de la producción de carne avícola se destina a consumo interno, por lo que tenemos muchas oportunidades de avanzar en la exportación a nuevos mercados, especialmente Europa y Asia, pero diferenciándonos de otros mercados por calidad y servicio de nuestras empresas. Estamos creando un nuevo sello de calidad del sector avícola para el exterior, que represente nuestros valores y beneficios, que sea sinónimo de la calidad gastronómica de nuestro país. Como Propollo seguimos con una intensa labor de representación de nuestro sector en nuevos mercados para abrir nuevas oportunidades.

A: El canal horeca ha sido claramente el mayor perjudicado, siendo un destacado cliente del sector cárnico. ¿Cómo le ha afectado al sector el cierre de estos establecimientos y qué perspectivas tienen de cara a la recuperación? ¿Con qué ritmos prevén que se produzca la desescalada y se pueda empezar a recuperar este canal?

J.M.: El 25% de la producción avícola se destinaba al canal HORECA en el momento de la declaración de la pandemia. Y su recuperación es una incógnita, pues va ligado no solo al desconfinamiento de la población española, sino a la llegada de turistas. Hablamos de un reto de confianza exterior, de evolución de la propia pandemia y los temidos rebrotes, y hablamos de sectores como el de restauración que se ha visto diezmado con miles de cierres en todo el país. Las pérdidas previstas de 600 millones de euros siguen siendo un escenario plausible, y cualquier desescalada apenas revierte una parte de esta cifra. Pongamos el ejemplo del pollo asador.

Vinculado habitualmente al consumo en costas, no solo turistas internacionales, también españoles, su evolución está siendo muy lenta, y entra en juego nuevos hábitos como el delivery o la compra en supermercados o centros de distribución que se han reconvertido para ofrecer comida preparada, como el propio Mercadona, entre otros. Sigue siendo una incógnita su evolución y cómo responder desde el sector avícola, pues nuestros procesos de producción nos llevan a ciclos de 3-4 meses donde cualquier desvío entre lo planificado y la realidad puede resultar catastrófico para cualquier empresa.

A.: ¿Cuál es la valoración que hacen del comportamiento del canal tradicional y libre servicio en estos meses y cómo evolucionará a corto y medio plazo?

J.M.: Sin duda ha sido vital para muchos consumidores. Hemos visto como una parte del canal tradicional ha respondido con nuevas opciones de delivery a domicilio a sus clientes habituales, e incluso algunos que no lo eran aún han descubierto que en su barrio o pueblo contaban con buenos establecimientos y profesionales que seguían respondiendo en todo momento. Es difícil predecir cómo evolucionarán estas cifras, pues estamos viendo cómo se van a producir cambios de hábitos en el comportamiento de los consumidores. Las compras por Internet se han disparado, con cifras que hablan de más de 4 millones de nuevos usuarios de este tipo de acceso a sus productos, pero aún queda por saber cómo adaptar nuestros negocios a esa nueva realidad. Es destacable en algunos comercios el sentido colaborativo desplegado, uniéndose establecimientos de diferentes tipos de productos, y también la adaptación de sus logísticas. Será interesante ver cómo evolucionan y sacan partida de experiencias que ya venían siendo testadas a nivel de e-commerce en otros sectores.

A.: ¿Qué opina de cuestiones como la sostenibilidad, bienestar animal, el consumo saludable, ecológico, premium... que estaban consolidándose antes de la crisis? ¿Qué desarrollo tendrán?

J.M.: Los retos en sostenibilidad son los retos de nuestra sociedad en el presente y en el futuro. Hoy más que nunca nos preguntamos en qué tipo de mundo queremos vivir, cómo queremos que sean nuestras sociedades, y ahí la sostenibilidad medioambiental ocupa un papel destacado en las agendas de las empresas y en las preferencias de nuestros clientes. El sector avícola viene desarrollando importantes inversiones en materia de modernización de instalaciones, de acceso a nuevas fuentes de energía renovable, de aplicación de economías circulares o gestión de residuos. Pero es un compromiso global, y por lo tanto debe seguir siendo incentivado desde las administraciones públicas, para extender al máximo de empresas posible las posibilidades de adoptarlas.

En cuanto al bienestar animal, el sector avícola forma parte de numerosas iniciativas interprofesionales para garantizar que nuestros compromisos se trasladan a la realidad. Creo que de forma progresiva se va a adoptando en todo nuestro sector, y es algo que forma parte también de nuestro sello de calidad de producto español. Las diferentes variantes, incluidas las “ecológicas” o “premium”, responden a estos mismos criterios estrictos de calidad.

En cuanto al consumo saludable de alimentos, somos uno de los productos con más propiedades, rica en proteínas de alta digestibilidad y con beneficios demostrados en nuestro sistema nervioso, óseo y musculatura.

A.: Desde el punto de vista operativo, ¿qué cambios se impondrán en las empresas cárnicas, en aspectos como sus sistemas de trabajo, productivo, seguridad, logística...?

J.M.: Como hemos mencionado, el sector avícola es una de las industrias que más invierte en sistemas de bioseguridad y controles de sus procesos. Esta pandemia está obligando a ser muy flexible a la hora de aplicar nuevas normativas y realizar un seguimiento exhaustivo de la salud de nuestros trabajadores, y nuestro compromiso para con ellos y los consumidores es máximo. Hablamos de una industria con miles de empresas implicadas, en un complejo ciclo de vida desde el origen hasta llegar al consumidor, pero estamos preparados para abordarlo. Siendo una industria esencialmente presencial, vinculada a la cría de animales y su procesamiento, no podemos abordar opciones como el teletrabajo de forma masiva, pero sí una gestión de datos descentralizada y acceso a nuevos servicios en la nube para relacionarnos con nuestro ecosistema de empresas y profesionales. Será interesante seguir la evolución de esta y otras innovaciones.

A.: En la cadena de valor, ¿cómo influirá la crisis a futuro en cuanto a su gestión, subida de precios en origen y en tienda, posibles desabastecimientos, etc.?

J.M.: Hemos pasado por momentos muy complicados y la industria avícola ha respondido de tal manera que no se contempló un desabastecimiento de la población. Queremos enviar un mensaje de tranquilidad a todos ellos, así como a nuestros clientes. Sin embargo, lejos de pensar en escenarios de subida de precios, nos hemos visto abocados en un primer inicio a todo lo contrario, a una bajada injustificada de los mismos, más si cabe con el esfuerzo e inversiones necesarias para dar la respuesta ejemplar que se ha visto. La carne avícola, sea pollo, pavo u otras aves, seguirá siendo una de las opciones más asequibles y de calidad para los consumidores, y esperamos que esta crisis muestre nuestro valor como industria para todos ellos.

A.: ¿Propone alguna medida conjunta que desde el sector se podría acometer para paliar la crisis y aprovechar las oportunidades a futuro?

J.M.: A modo de resumen, esta crisis es global, afecta a todos los segmentos de nuestra sociedad, a todos los tejidos productivos, y a una población que vive con la incógnita sobre cómo se comportará la economía y el empleo en los próximos dos años al menos. Queremos ser optimistas, pensar en que podremos superarlos y formar parte de esa nueva normalidad. Si acaso, nuestro deseo es afianzar valores como la solidaridad, la colaboración de toda la cadena de valor, de responder a la población con calidad y servicio, sinónimo de nuestra industria. Las oportunidades nos hacen mirar al exterior, a nuevos mercados, pero hoy más que nunca la competencia va a ser extrema. Aprovechemos todo lo bueno conseguido por miles de profesionales y empresas en nuestro país para mostrar con orgullo nuestro sector avícola fuera de España.

<https://www.alimarket.es/alimentacion/noticia/318472/>; 18/09/2020



Huevos Guillén gana un 27,5% más y refuerza su giro hacia una producción más ecológica

Huevos Guillén, proveedor de **Mercadona**, ganó 8,8 millones en 2019, un 27,5% más que en el ejercicio precedente cuando obtuvo un beneficio de 6,9 millones. No

obstante, la compañía valenciana redujo en un millón sus ventas al pasar de los 191,8 millones de euros en 2018 a los 190,6 millones el pasado año debido a la caída del consumo de huevos y al importante esfuerzo inversor hacia los sistemas de producción alternativos (ecológico, campero y suelo), según consta en las cuentas depositadas por la compañía en el Registro Mercantil.

Y es que, según señala la compañía, el ejercicio 2019 ha sido "un año de estabilidad para el sector avícola de puesta, sin grandes sobresaltos como así ocurrió en ejercicios anteriores, que tuvieron como consecuencia importantes oscilaciones al alza en los precios del huevo, debido a los menores niveles de producción en las zonas geográficas afectadas".

No obstante, este escenario "ha condicionado el precio del huevo en el mercado nacional y esta estabilidad junto con el crecimiento del parque de puesta en España (+5%) ha inducido a un nivel de precios algo más bajo del visto en 2017 y 2018", explica el grupo en su informe de gestión en base a datos de la Secretaría General de Productos Ganaderos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Pero, además, **la compañía advierte de "la creciente presión de los grupos animalistas que abogan por la prohibición del sistema de producción en jaula". Una presión que ha provocado que a lo largo del ejercicio las plazas en sistemas de producción alternativo (ecológico, campero y suelo) hayan crecido un 38%, mientras que las plazas existentes del sistema de producción tradicional se hayan reducido un 2%. Todo ello, sumado a que el precio medio del pienso para gallinas ponedoras en 2019 ha sido un 4,5% inferior al de 2018, "ha provocado que los márgenes brutos del sector se hayan reducido en 2019 un 30,6%", puntualizan.**

Pese a esta coyuntura, Huevos Guillén ha alcanzado los objetivos previstos para 2019 con unos ingresos extraordinarios por 6,7 millones derivados de la venta de las instalaciones que el Grupo mantenía en Alovera (Guadalajara) y cuya actividad había cesado en 2018.

Inversiones

Por lo que respecta a las inversiones, en 2019 la mercantil invirtió en inmovilizado material e inmaterial un total de 14,4 millones, de los que la mayor parte (75%) se destinó al incremento de capacidad productiva en sistemas alternativos de puesta (suelo, campero y ecológico) y a la ampliación y remodelación de los centros de clasificación. Así, **augmentó el número de gallinas en estos sistemas alternativos en 2019 que ya concentran el 23,25% del total.**

Este esfuerzo inversor en la transición de su forma de producción también queda plasmado en su plan Horizonte 2025 que fija el objetivo de que todos los huevos producidos en granjas lo sean bajo sistemas alternativos. Y es que, según destacan en su informe, "en 2019 se han planificado unas inversiones totales de 10 millones de euros que serán destinados principalmente al cumplimiento del plan de transición hacia sistemas alternativos para que en 2025 todos los huevos producidos en sus granjas lo sean bajo sistemas alternativos a las jaulas, esto es gallinas criadas en suelo, camperas y ecológicas", subrayan.

Impacto de la Covid

Respecto al impacto de la crisis sanitaria, **Huevos Guillén no vio ha visto afectada su actividad al ser considerado empresa esencial**. Tanto es así que indican que sus ventas se han incrementado durante los meses de confinamiento. "Tan solo las ventas destinadas al canal Horeca se han visto afectadas, pero en nuestro caso suponen menos del 1% del total, y han sido sobradamente compensadas por los incrementos de las ventas destinadas a nuestro principal cliente", apostillan.

Para el ejercicio 2020, espera que vuelva a incrementarse la capacidad de producción del sector avícola, al seguir instalándose más plazas de sistemas alternativos y manteniendo las plazas de producción en jaula. Según sus previsiones, esta situación puede llegar a provocar en el segundo semestre del año, un exceso de oferta sobre una demanda condicionada por la reducción de ventas del canal Horeca y la caída del turismo consecuencia de la pandemia. "Todo ello podría provocar que los márgenes del sector, al igual que ha ocurrido en el pasado ejercicio, se vieran perjudicados por una posible caída de precios", señalan. Sin embargo, esperan incrementar ligeramente sus ventas y que sus márgenes se reduzcan en 2020.

<https://valenciaplaza.com/huevos-guillen-resultados-2019>; 01/10/2020

Por lo que respecta a 2019 en comparación a 2018, la evolución ha sido la siguiente:

SISTEMA	2019		2018	
	Gallinas	%	Gallinas	%
Código 0. Ecológico	625.498	1,37%	391.796	0,90%
Código 1. Campero	4.187.235	9,14%	3.203.186	7,35%
Código 2. En suelo	5.834.143	12,74%	4.102.176	9,42%
Código 3. En jaula	35.154.063	76,75%	35.866.198	82,33%
TOTAL	45.800.939	100%	43.563.356	100%

Vall Companys continúa reforzando su negocio con nuevas aportaciones

Grupo Vall Companys, líder del sector avícola y una de las principales cárnicas de España, ha aprovechado el verano para **seguir reforzando su negocio, al tiempo que se abre a nuevos campos**. Primeramente, para ampliar su supremacía en el sector de la carne de pollo, ha tomado una participación del 40% en Industria Avícola Sureña (Inasur), propiedad hasta ahora de la familia Alameda Granero, que mantiene el 60% restante. Inasur cuenta con unas modernas instalaciones de procesado avícola en Pedro Abad (Córdoba), que fueron puestas en marcha a principios de 2017, además de oficinas comerciales en Jerez de la Frontera (Cádiz), fábrica de piensos en Úbeda (Jaén) y una planta de incubación en La Selva del Camp (Tarragona). Inasur produce anualmente más de 16 M de pollos, en granjas de empresas del grupo, y obtuvo un volumen de sacrificio de 36.000 t en 2019, con unos ingresos de 67,2 M€ en 2019 (+5,8%).

La entrada en Inasur permite a Vall no solo aumentar su capacidad productiva y volumen comercial, sino también extender su presencia industrial a la zona sur de España, en donde hasta la fecha no contaba con ninguna instalación avícola, y que abordaba comercialmente desde Frimancha, con sede en Valdepeñas (Ciudad Real), así como a través de acuerdos comerciales con diferentes operadores de distribución en este emplazamiento geográfico. Inasur completará de este modo la implantación nacional de Vall en España, con instalaciones en Galicia (Avigal), Lleida, Girona y Barcelona (Avidel, Torrent y Avicosan) y Valencia (Dolz). Además, cuenta con plataformas logísticas en Valencia (Disporave) y Madrid (RubiatoParedes).

Por otro lado, la compra de Inasur se produce pocos meses después de que Grupo Empresarial Costa -igualmente con una fuerte presencia en piensos, producción porcina y carne/elaborados de porcino- se haya hecho con la mayoría del grupo Aviserrano, propietario, entre otras, de Avinatur, cuarta empresa del sector avícola y cuya sede se encuentra en El Viso del Alcor (Sevilla).

Invertirá 27 M€ en un proyecto de alimentación animal

La segunda operación veraniega de Vall ha sido la creación de Veos Ibérica, en alianza con el grupo belga Veos -especializado en alimentación animal-.

Se trata de un proyecto de innovación y economía circular para el aprovechamiento de subproductos de porcino en Monzón (Huesca). Así, Veos Ibérica basará su actividad en

el **desarrollo de proteínas funcionales para alimentación animal** gracias al procesado de plasma porcino. En total, se invertirán 27 M€ y generará de forma directa, 20 empleos cualificados; y de forma indirecta otros 30 empleos. Está previsto que estas instalaciones puedan entrar en funcionamiento en un año y medio, aproximadamente.

<https://www.alimarket.es/alimentacion/noticia/319349/>; 18/09/2020



**Los profesionales de
la Federación de
Cocineros y
Reposteros de España
(FACYRE), Galardón
de Oro del IEH en 2020**

**El Galardón de Oro reconoce la labor de
las personas o entidades que difunden**

**Premio IEH a la
investigación en el Día
Mundial del Huevo
2020**

El presidente del Consejo Asesor del Instituto de Estudios del Huevo, Dr. Antonio Fuertes, ha entregado en el Paraninfo de la Universidad de Oviedo el

el conocimiento y buen uso del huevo en sus diferentes aspectos. Este año, ante la excepcional situación sanitaria que vivimos, el Instituto decidió **entregar el Galardón a los profesionales de la cocina y la hostelería que apoyaron durante los meses de mayor incidencia de la pandemia por COVID-19 a colectivos vulnerables y trabajadores esenciales.** Y ello a pesar de ser uno de los colectivos económicamente más afectados por esta situación.

En su representación, y en reconocimiento a su generosidad, el presidente del Instituto de Estudios del Huevo, D. Pascual Alonso, ha entregado el Galardón de Oro a la presidenta de FACYRE (Federación de Cocineros y Reposteros de España), Pepa Muñoz.

Este año la conmemoración del Día Mundial del Huevo (el 9 de octubre), se hace en actos reducidos, ante las limitaciones de aforo para reuniones por la situación sanitaria derivada del COVID-19

El Instituto de Estudios del Huevo (IEH)

El IEH es una entidad sin ánimo de lucro, creada en 1996 para promover la investigación y la divulgación sobre el

Premio a la Investigación a los autores del trabajo “Revalorización de la cáscara de huevo mediante su empleo como soporte en el desarrollo de catalizadores para el tratamiento de aguas residuales”.

El Premio, dotado con 10.000 euros, llega este año a su XXIV edición, y confirma el compromiso del Instituto con la investigación sobre el huevo en España fomentando la investigación de equipos españoles sobre temas relacionados con el huevo (composición, calidad de huevos y ovoproductos, sanidad y seguridad alimentaria, uso y consumo o sostenibilidad de la producción, entre otros).

Los autores del trabajo premiado, son el equipo formado por Paula Oulego, Amanda Laca, Sonia Calvo y Mario Díaz, del Departamento de Ingeniería Química y Tecnología del Medio Ambiente de la Universidad de Oviedo.

El trabajo describe el posible uso de las cáscaras del huevo generadas en las industrias de elaboración de ovoproductos para la síntesis de

huevo como alimento y su adecuado manejo. Un Consejo Asesor de 43 expertos de distintas ramas de las ciencias y técnicas relacionadas con el huevo dirige sus actividades y colabora en la labor educativa y divulgativa. Los promotores del Instituto son asociaciones de productores y empresas vinculadas con el sector del huevo, que financian las acciones definidas por su Consejo Asesor.

<https://avicultura.com/>; 08/10/2020

nanomateriales eficaces para descontaminar aguas residuales.

El jurado del premio, miembros del Consejo Asesor del Instituto de Estudios del Huevo, ha premiado el trabajo por su calidad y su interés práctico, la novedad del tema tratado y su coherencia con la política de economía circular, la mejora de la sostenibilidad y la protección del medio ambiente, en línea con los Objetivos del Milenio de la ONU.

<https://avicultura.com/>; 08/10/2020

El CECAV participará en el proyecto Europeo NETPOULSAFE

El 1 de octubre de este mismo año, y con el acrónimo de NETPOULSAFE se inicia el desarrollo del proyecto europeo “Networking European poultry actors for enhancing the compliance of biosecurity measures for a sustainable production” coordinado por el ITAVI (Francia).

En este proyecto, **el CECAV participará como líder de uno de los 6 work packages (WP), el WP5 que tiene como título “Dissemination and communication activities” encargándose de dar diseminación del proyecto por toda Europa y de impartir charlas y presentaciones sectoriales acerca de la importancia de la bioseguridad en las granjas avícolas.**

Asimismo, participará en otro WP activamente, el WP4, “Knowledge exchange platform, including tools and materials”, generando material como libros, banners, encuestas epidemiológicas, etc..., que faciliten al sector, de manera didáctica, información sobre la implantación de medidas de bioseguridad en las granjas avícolas. Se trata de un ambicioso

proyecto en el que participan 14 entidades de 7 países europeos, con una duración de 36 meses, en los que se espera aportar soluciones para la mejora de la bioseguridad de las explotaciones avícolas europeas.

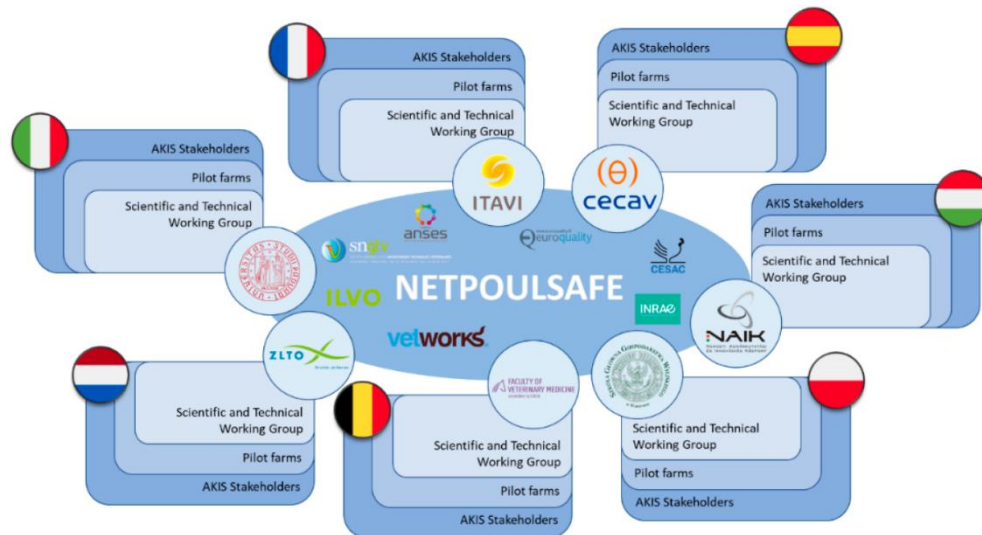


Figure 8: NETPOULSAFE groups structure for optimised information flow

El mercado del pollo será para los que sepan surfear entre la incerteza

Para el cuarto trimestre de 2020 y todo 2021 las empresas productoras de carne de ave van a tener que lidiar todavía con mayor incerteza según el Informe Sectorial para el 4º trimestre de 2020 de Rabobank.

La certeza de nuevas olas de coronavirus (Covid-19), la crisis económica, la menor demanda en los canales de restauración y turismo; y las presiones en precio de las grandes cadenas de superficies alimentarias van a hacer que para lo que queda de 2020 y todo 2021 tendrán éxito las empresas productoras de carne de pollo que mejor sepan lidiar en un marco de incerteza mayor que en los últimos años.

A favor hay que recordar que la demanda de pollo para consumo doméstico y en las grandes superficies tradicionalmente se mantiene en los contextos de crisis, si bien es innegable que los confinamientos y la reducción mundial de comidas en el exterior de los domicilios pueden enlentecer el crecimiento imparable que venía presentando la demanda de carne de pollo a nivel mundial.

Estas son algunas de las conclusiones en su ya tradicional informe del sector de la carne de ave de Rabobank.

Los precios sin duda moverán el mercado: *«Durante todo el año, esperamos un ligero aumento en la producción avícola mundial, principalmente como resultado de la expansión avícola en China y Vietnam, donde la peste porcina africana ha reducido la disponibilidad de carne de cerdo, y también de la expansión en los EE. UU.»*, ha declarado Nan-Dirk Mulder, analista senior de proteínas animales en Rabobank. *«El resto del mundo operará en un entorno de producción en contracción»*.

Mulder señaló que el comercio global también se ha vuelto más difícil con **la mayoría de los mercados de importación reduciendo volúmenes**. El comercio en mercados como China, Filipinas y Vietnam se ha vuelto más importante y aumenta el riesgo de recuperación de la producción local.

«Exportadores como Brasil, Estados Unidos y Rusia están enfocados en China, con volúmenes de exportación expandiéndose rápidamente, pero con concesiones de precios», dijo Mulder. *«El desafío clave para los productores en mercados tan volátiles es equilibrar la oferta y la demanda, y la experiencia en lo que va de año muestra lo difícil que es»*. **El informe señaló que los precios de las aves de corral cayeron más drásticamente que otras proteínas cárnicas debido a su dependencia relativamente alta de las ventas para consumo fuera de domicilio.**

Según Rabobank, el consumo de pollo fuera de domicilio representa entre el 20% y el 50% de las ventas en la mayoría de los mercados, lo que lo convierte en un gran desafío para la industria en un mercado donde los consumidores gastan la mayor parte del dinero en alimentos al por menor.

«Las empresas que se centran en los canales minoristas tienden a obtener mejores resultados porque los consumidores han pasado del consumo fuera del hogar al consumo en el hogar», dijo Rabobank. *«Este cambio también ha tenido un gran impacto en el comercio avícola mundial, ya que los mercados mayoristas y de servicios de alimentos tienden a depender más de la oferta mundial que los mercados minoristas de productos frescos»*.

- Por ejemplo, en los **EEUU**, con gran parte de la población que realiza muchas de sus comidas semanales fuera de casa, el grupo Rabobank ha constatado que los **precios del pollo entero eran un 20% más bajos en agosto 2020 respecto a agosto de 2019**.

- Para el caso de **China**, y las decenas de millones que cada año entran a formar parte de la **creciente clase media**, sigue **al alza el consumo de pollo**. Esto sucede tanto por la producción avícola nacional que sigue aumentando, un 15%, como en importaciones. En concreto el gigante asiático ha registrado importaciones más altas de enero a julio que para el año fiscal 2019. También está viendo precios más bajos para pollos de engorde vivos y aves de corral importadas.
- En **Europa**, la demanda de carne de ave para consumo fuera de domicilio comenzó a recuperarse después de que se suavizaron las restricciones en junio en todo el continente. Sin embargo, todavía ha bajado más del 50% en algunos canales. Las **importaciones siguen siendo un 12% más bajas** que el año pasado en el primer semestre de 2020.
- Finalmente, Brasil continúa centrando sus exportaciones de aves de corral en China con un aumento del volumen del 29% en julio respecto al año anterior. La reducción de la oferta ayudó al país a recuperar sus precios; sin embargo, los costes más altos de los piensos han sido un desafío.

En cualquier caso, van a seguir habiendo grandes variaciones en consumo según la afectación de cada territorio, cada país, cada continente al Covid-19 ; según la rapidez o no de la vuelta a la “normalidad” de la vida en la calle, como ya está sucediendo en China o siguen disparada la incidencia del Covid-19 como en los EEUU. Las diferencias son mayores que nunca, con los crecimientos comentados del 15% en China o del 5% en Vietnam, en contraste con la caída del 8% en Tailandia o del 10% en India.

<https://avicultura.com/>; 01/10/2020

Outlook for 2020/early 2021: highly volatile and price-driven market conditions

US: Oversupply to pressure prices

- 20% lower composite broiler prices, legs -42%
- Tough export markets, China key growth market
- Production to stay high (+1.5% full year)



Brazil: Rising China dependence

- Reduced supply helped prices to recover
- Exports more focused on China
- Higher feed prices challenge industry



Europe: Rebalancing supply/demand challenge

- Ongoing but improving food service demand
- 1H: imports -12%, exports -8%
- Volatility in poultry placements, high stock levels



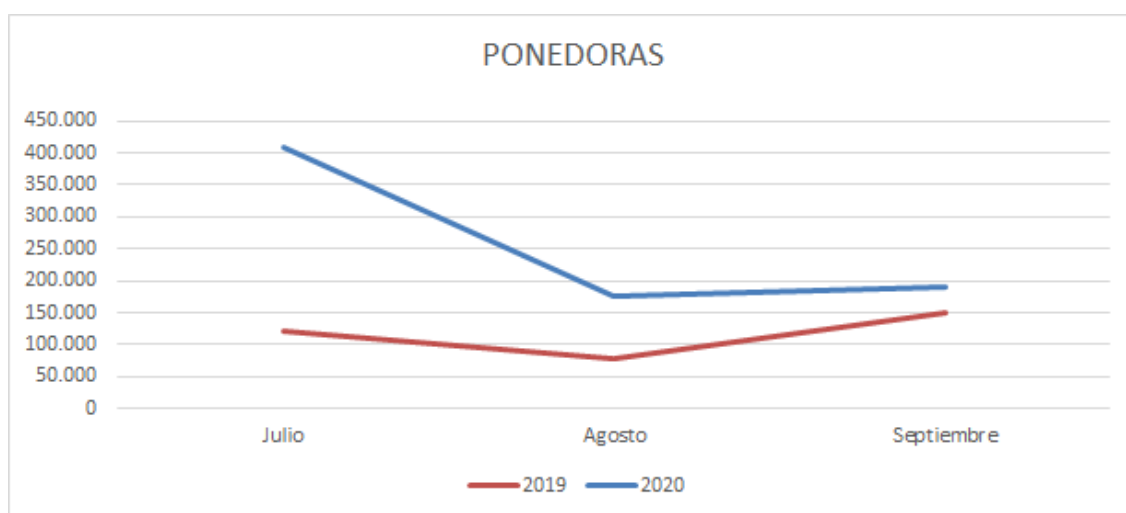
China: Fast growing poultry supply, low prices

- Domestic production to rise 15% in 2020
- Imports Jan-Jul already higher than for FY 2019
- Low prices for live broilers and imported poultry



Traslado de ponedoras a matadero: comparativa ejercicio 2019 y 2020

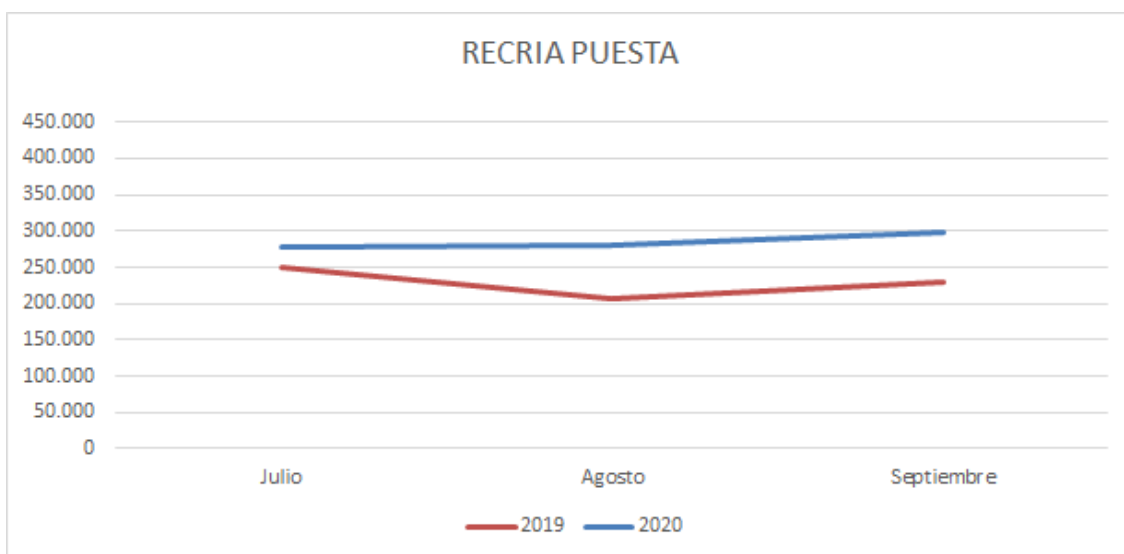
Según los datos recopilados de la aplicación REMO avícola web de la Comunidad Valenciana, en el **tercer trimestre de 2020 se han enviado a matadero 423.104 ponedoras más que en 2019, lo que se corresponde a una subida del 121,5%**. A continuación se puede encontrar un gráfico comparativo de los traslados a matadero, del tercer trimestre del ejercicio 2019 y 2020.



Traslado de recría a granjas de puesta: comparativa ejercicio 2019 y 2020

Según los datos recopilados de la aplicación REMO avícola web de la Comunidad Valenciana, en el **tercer trimestre del ejercicio 2020 han entrado 168.618 pollitas más en las granjas de puesta, que, en 2019, lo que se corresponde una subida del 24,55%**.

Hay que tener en cuenta que las pollitas que vienen de explotaciones de recría de fuera de nuestra Comunidad no se graban en la aplicación, por lo que no se han tenido en cuenta. A continuación, se puede encontrar un gráfico comparativo de los traslados de recría a granjas de puesta en el tercer trimestre del ejercicio 2019 y 2020.



Enlaces de interés:

ASAV en tiempo del COVID-19: <https://youtu.be/GD1SciVy5Gg>

El huevo en la Comunidad Valenciana: https://www.youtube.com/watch?v=Mdh_enT-s88&t

La web de ASAV: www.asav.es

Los perfiles en redes sociales de la campaña de INPROVO están en "La Huevería":

Twitter: <https://twitter.com/lahueveria>

Facebook: <https://www.facebook.com/lahueveria1>

Instagram: <https://www.instagram.com/lahueveria/?hl=en>

Catálogo del CECAV: https://fr.zone-secure.net/100980/.catalogo_CECAV/

Vídeo sobre el CECAV: <https://www.youtube.com/watch?v=NZy7nTs4QVw&feature=youtu.be>



Copyright © *2018* *ASAV*, All rights reserved.

Our mailing address is:

m.mendes@cecav.org

Want to change how you receive these emails?

You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#).